

ÉTUDE COMPARATIVES DES AUDIENCES *Instagram* TEAMS DE FORMULE E



MÉTHODOLOGIE

Souvent utilisé pour son côté « inside » Instagram est sûrement le réseau social le plus en vogue en ce moment. En constante évolution depuis ses débuts, nous avons trouvé pertinent d'analyser les comptes des teams de Formule E

2

1

Nous avons pris les comptes officiels des Teams de Formule E de la saison 2018.

2

Les données ont été récupérées manuellement par notre équipe sur chaque compte Instagram. Ces données correspondent aux posts publiés entre le 01/11/2018 et le 30/11/2018.

3

Les données Instagram ont été prises le 2 décembre 2018 et sont donc obsolètes à ce jour à cause de la fluctuation des fans et interactions sur les comptes.



COMMUNAUTÉ INSTAGRAM

PÉRIODE ENTRE LE 1ER ET LE 30 NOVEMBRE 2018

N°	Teams	Abonnés	Nombre de publications	Réactions*	Vues vidéos	Nombre de vidéos
1	PANASONIC JAGUAR RACING	56 300	18	16 034	8993	6
2	MAHINDRA RACING	31 600	14	14 313	209 997	4
3	VENTURI FORMULA E	18 600	5	3118	11 617	2
4	ENVISION VIRGIN RACING	15 900	13	4763	3274	4
5	DS TECHEETAH	14 700	13	17 252	2576	2
6	HWA RACELAB	8480	10	8954	5562	2
7	GEOX DRAGON	7048	6	4636	1382	1
8	NIO FORMULA E	7048	10	4117	-	-
9	AUDI ABT SCHAEFFLER				PAS DE COMPTE FORMULA E OFFICIEL	
10	NISSAN E.DAMS				PAS DE COMPTE FORMULA E OFFICIEL	
11	BMW I ANDRETTI				PAS DE COMPTE FORMULA E OFFICIEL	

*Réactions = Likes + Commentaires



MOYENNE DES RÉACTIONS PAR PUBLICATION

PÉRIODE ENTRE LE 1ER ET LE 30 NOVEMBRE 2018

N°	Teams	Moyenne des réactions *	Moyenne vues vidéos / vidéo
1	DS techeetah	1327	1288
2	Mahindra racing	1022	52 499
3	HWA RaceLab	895	2781
4	Panasonic Jaguar Racing	891	1499
5	Geox Dragon	773	1382
6	Venturi Formula E	624	5809
7	Nio Formula E	412	-
8	Envision Virgin Racing	366	819
9	AUDI ABT SCHAEFFLER	PAS DE COMPTE FORMULA E OFFICIEL	
10	NISSAN E.DAMS	PAS DE COMPTE FORMULA E OFFICIEL	
11	BMW I ANDRETTI	PAS DE COMPTE FORMULA E OFFICIEL	



RÉSULTATS

« La Formule E est une discipline très dynamique et parfaitement adaptée au contexte actuel. Surfant sur la vague de l'électrique, la Formule E séduit les constructeurs pour son image et ils sont de plus en plus nombreux à rejoindre les rangs. Sportivement, la discipline ne cesse de s'améliorer pour améliorer le spectacle et avec l'objectif de séduire les passionnés de sport mécanique et réussir à leur donner envie de suivre une discipline ne bénéficiant pas du sex-appeal d'un moteur thermique. L'interactivité est au coeur du projet avec dès le lancement la mise en place du fanboost et maintenant l'Attack Mode. L'accessibilité des écuries et des pilotes, avec les box des équipes ouverts côté paddock et stands, rend ce championnat attrayant et avec une volonté et une démarche populaire. Le Team Panasonic Jaguar présente la plus grande communauté sur ce réseau, et de loin, avec pratiquement deux fois plus de followers que son dauphin. Cet écart est en partie lié au fait que Jaguar est un des piliers de ce championnat, encore plus avec l'arrivée cette année de la Jaguar I-Pace eTrophy, en levé de rideau de la Formule E. Cependant, sa grande communauté n'est pas la plus interactive. À noter que Mahindra a fait une belle performance sur ses vues vidéos notamment à une production visant à faire interagir sa communauté en lui proposant de designer le nouveau casque de son pilote, Jérôme D'Ambrosio. DS Techeetah, le team du champion du monde en titre présente un plus fort engagement sur ses publications au cours du mois de novembre, ce qui en fait le grand gagnant de cette étude, devant Mahindra Racing et HWA RaceLab. »

ARMAND FAURE

